

EKS ARBEITSBLÄTTER

Zielfindung

Arbeitsblatt 1

Visionen und Wunschträume

Brainstorming:

Notiere auf diesem Arbeitsblatt spontan und ungeordnet, was Du am liebsten tun würdest (persönliche Zielfindung) oder wie der Idealzustand deines Unternehmens aussehen könnte (betriebliche Zielfindung).

Zielfindung

Arbeitsblatt 2: **Konkretisierung**

Brainstorming:

Leite aus deinen Visionen und Wunschträumen konkrete berufliche oder betriebliche Aufgaben und Geschäftsfelder ab.

Zielfindung

Arbeitsblatt 3:

Grundbedürfnis und Zielgruppe

Übertrage aus Arbeitsblatt 2 diejenigen Geschäftsfelder, zu denen Du intuitiv am stärksten neigst. Suche dann nach dem entsprechenden Grundbedürfnis und der erfolgversprechendsten Zielgruppe.

[illegible]

Zielfindung

Arbeitsblatt 4: Ergebnis

Formuliere hier dein lang-, mittel- und kurzfristiges Ziel. Die ersten Formulierungen sind in aller Regel noch ziemlich ungenau. Entwickele deine Zielsetzung darum konsequent weiter. Diskussionen mit der Zielgruppe, mit Freunden und Geschäftspartnern können dabei sehr hilfreich sein. Sichte deine Notizen regelmäßig und verbessere deine Zielformulierung!

Dein langfristiges Ziel:
(konstantes Grundbedürfnis, Verhaltensgrundsätze)

Dein langfristiges Ziel:
(Pfad der Zielgruppenprobleme)

Dein langfristiges Ziel:
(Lösung des von der Zielgruppe aktuell am brennendsten empfundenen Problems)

EKS Phase 1

Analyse der Ist-Situation und der speziellen Stärken - Arbeitsblatt 1

Analysiere deine Fähigkeiten und Leistungen, potentielle Leistungen, Problemerkahrungen und Leitbilder.

Brainstorming:

Notiere wahllos alles, was Dir zu den oben genannten Bereichen einfällt. Sammel alles, was Dir spontan in den Sinn kommt. Schwächen werden nur dann berücksichtigt, wenn sich dahinter eine Stärke vermuten lässt – also etwa eine Problemlösungsfähigkeit. Wenn dein Unternehmen mehrere Geschäftsfelder hat, lege für jedes ein gesondertes Arbeitsblatt an.

Unterstützende Fragen:

- Welches Problem deiner Kunden kannst Du am besten lösen?
- Was sind, neben deiner Arbeit, deine Interessensgebiete?
- Gibt es zu deinen Coachingthemen Erfolgsgeheimnisse (zum Beispiel „Die 10 wichtigsten Strategien für erfolgreiches Fasten“)?
- Welches sind die erfolgreichsten Projekte, die Du mit deinem Kunden umgesetzt hast? Welche Kernkompetenzen hast Du dabei eingesetzt?
- Was wird von Personen/Unternehmen im Gebiet deiner Kernkompetenz immer wieder falsch gemacht?
- Was sind aktuelle Themen und Trends deines Fachbereichs?
- Was sind die drei provokativsten Thesen, die Du zu deinem Fachbereich formulieren kannst?
- Was bekommt dein Kunde nur bei Dir?
- Gibt es bestimmte Fähigkeiten oder fachliches Wissen, das Du zurzeit noch nebenbei an Kunden weitergibst, damit aber enormen Nutzen bietest?

EKS Phase 1

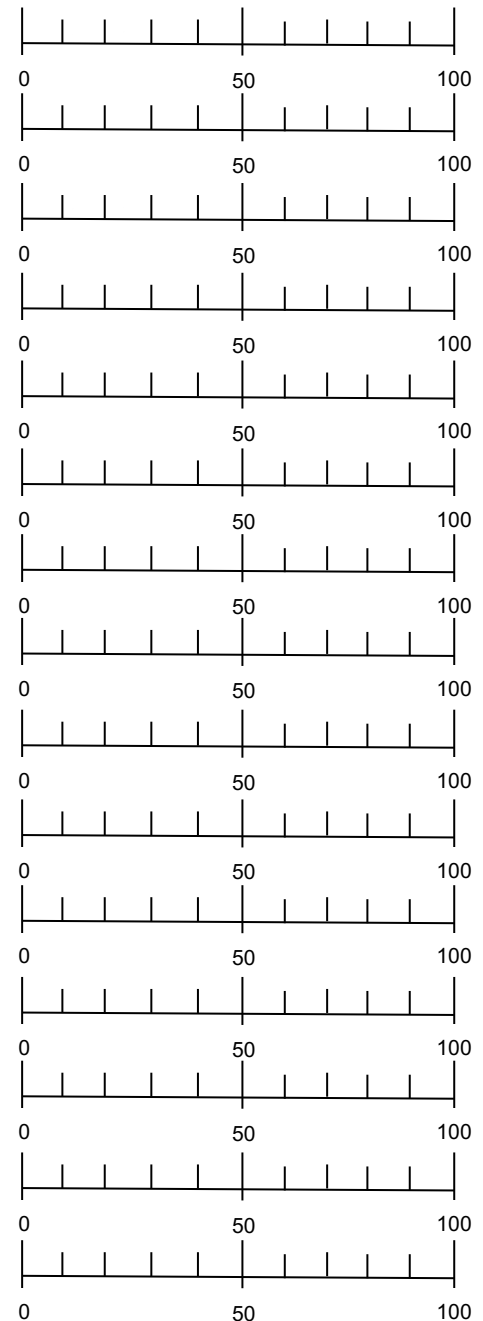
Analyse der Ist-Situation und der speziellen Stärken - Arbeitsblatt 2

Selektion und Bewertung der speziellen Stärken

Auflistung:

Markiere auf Arbeitsblatt 1 maximal 15 Stärken, die Du spontan für die herausragendsten hältst. Übertrage diese Stärken in die linke Spalte der Tabelle.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____



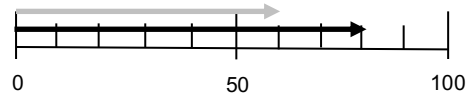
Bewertung:

1. *Wie beurteilst Du selbst deine Stärken im Vergleich zu Mitbewerbern?*
2. *Wie werden diese Stärken von deiner Zielgruppe bewertet?*

Die Orientierungspunkte:

0 = eine unterentwickelte Stärke
50 = eine Durchschnittliche Stärke
100 = eine herausragende Stärke

Beispiel:



Zeichne in die rechte Spalte der Tabelle auf Seite 1 wie im Beispiel Pfeile mit unterschiedlichen Farben bis zu dem entsprechenden Punkt.

Ergebnis: Das Stärkenprofil

Trage nun deine 5 wichtigsten Stärken in das Stärkenprofil ein und erstelle wie im Beispiel unten eine Balkengrafik.

Diskutiere das Ergebnis mit Personen, die Dir vertraut sind, und von denen Du eine offene und faire Kritik erwarten kannst.

Beispiel:



Dein Stärkenprofil:

[illegible]

EKS Phase 2

Das erfolgversprechende Geschäftsfeld - Arbeitsblatt 1

Welche Geschäftsfelder lassen sich aus dem Stärkenprofil ableiten?

Brainstorming:

Betrachte dein Stärkenprofil! Welche Geschäftsfelder, welche Verwendungszwecke, welche Problemlösungsfähigkeiten lassen sich daraus ableiten? Notiere alle Ideen wahllos und spontan auf dem Arbeitsblatt.

Unterstützende Fragen:

- Was ist Dir bei deiner Arbeit extrem wichtig? Worauf würdest Du niemals verzichten?
- Was machst Du in deiner Arbeit „so nebenbei“, was von Kunden besonders gelobt wird?
- Welche Elemente deiner Persönlichkeit muss ein Kunde beim ersten Kontakt einfach sofort erkennen?
- Was ist an deinem Stil außergewöhnlich?
- Hast Du neben der Arbeit Interessen, die aus der Rolle fallen?
- Gibt es „Zielgruppen“, von denen Du „geliebt“ wirst und die Du ebenso „liebst“?

EKS Phase 2

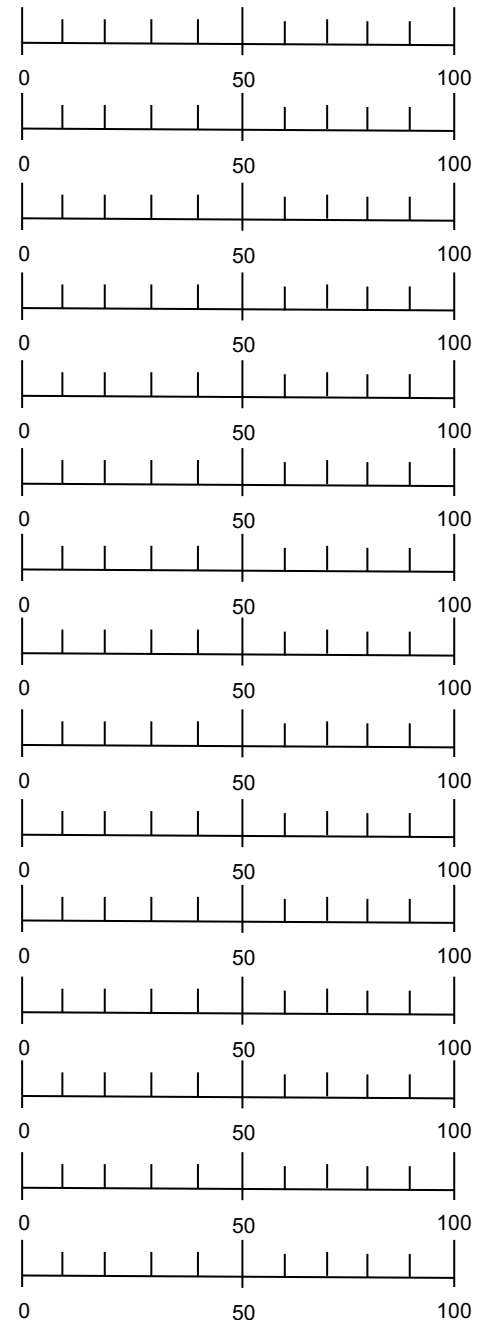
Das erfolgversprechende Geschäftsfeld - Arbeitsblatt 2

Bewertung der Geschäftsfelder

Auflistung:

Markiere auf Arbeitsblatt 1 rein intuitiv maximal 15 Geschäftsfelder, die deinem Stärkenprofil auf den ersten Blick am besten entsprechen. Übertrage diese Geschäftsfelder in die linke Spalte der Tabelle.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____



Bewertung:

Nimm dann eine zweifache Bewertung (möglichst mit unterschiedlichen Farben) vor.

Die Kriterien sind:

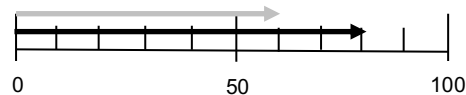
3. Auf welchem Geschäftsfeld ist die Marktstellung schon relativ stark?
4. Zu welchem Geschäftsfeld neige ich persönlich am stärksten?

Orientiere Dich während der Bewertung immer an deinem Stärkenprofil!

Die Orientierungspunkte:

- | | | |
|-----|---|--|
| 0 | = | relativ schwache Marktposition, keinerlei Identifikation |
| 50 | = | Durchschnittliche Marktposition, mittlere Identifikation |
| 100 | = | sehr starke Marktposition, sehr starke Identifikation |

Beispiel:



Zeichne in die rechte Spalte der Tabelle auf Seite 1 wie im Beispiel Pfeile mit unterschiedlichen Farben bis zu dem entsprechenden Punkt.

EKS Phase 3

Die erfolgversprechendste Zielgruppe - Arbeitsblatt 1

Welche Zielgruppen stehen hinter dem Geschäftsfeld?

Brainstorming:

Schreibe wahllos und spontan alle Zielgruppen auf, die zu deinem Geschäftsfeld passen und für die deine Leistung geeignet sein könnte. Orientiere Dich dabei an deinem Kundenstamm, überlege jedoch auch, welche Zielgruppen für deine Leistung in Frage kommen, zu denen Du bisher noch keinen Kontakt hattest.

Unterstützende Fragen:

- Mit welchen Menschen arbeitest Du gerne?
- Mit wem willst Du in Zukunft arbeiten?
- Welche Zielgruppe fasziniert dich?
- Mit welcher Zielgruppe verbindet dich etwas?
- Welchen gesellschaftlichen Status soll deine Zielgruppe haben?
- Welche Zielgruppe hat ähnliche Wertvorstellungen wie Du?

Resultat aus Phase 2:
Trage hier als Anhaltspunkt für
Phase 3 dein **Geschäftsfeld ein,**
das am meisten Erfolg verspricht:

EKS Phase 3

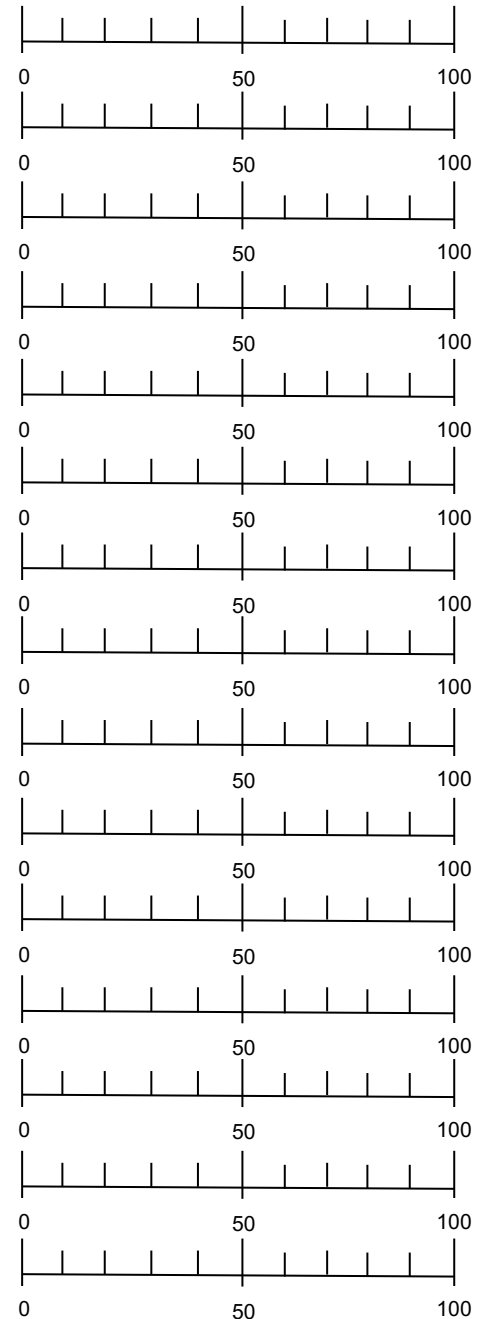
Die erfolgversprechendste Zielgruppe - Arbeitsblatt 2

Bewertung und Selektion der Zielgruppe

Auflistung:

Markiere auf Arbeitsblatt 1 diejenigen Zielgruppen, die auf den ersten Blick am besten mit deinen Problemlösungsfähigkeiten übereinstimmen und die den größten Bedarf nach deiner Leistung haben. Trage die 15 erfolgversprechendsten in die linke Spalte ein.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____



Bewertung:

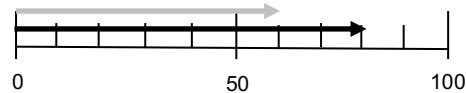
Bewerte schließlich die Zielgruppen zweifach nach folgenden Kriterien:

5. Welche Zielgruppen haben den größten Bedarf?
6. Zu welcher Zielgruppe habe ich den besten Kontakt?

Die Orientierungspunkte:

- 0 = wenig Bedarf, kein Kontakt
50 = durchschnittlicher Bedarf, durchschnittlicher Kontakt
100 = sehr großer Bedarf, sehr guter Kontakt

Beispiel:



Zeichne in die rechte Spalte der Tabelle auf Seite 1 wie im Beispiel Pfeile mit unterschiedlichen Farben bis zu dem entsprechenden Punkt.

EKS Phase 3

Die erfolgversprechendste Zielgruppe - Arbeitsblatt 1

Ermittlung der Teilzielgruppen

Die erfolgversprechendste Zielgruppe:

Übertrage hier die erfolgversprechendste Zielgruppe von Arbeitsblatt 2:

1. Unterteilung:

Unterteile im nächsten Schritt die Zielgruppen ganz grob.

Wähle unter diesen Teilzielgruppen wiederum die erfolgversprechendste aus.

2. Unterteilung:

Unterteile nach dem gleichen Verfahren immer weiter...

3. Unterteilung:

... bis Du eine Teilzielgruppe gefunden hast, die mit deinen Problemlösungsfähigkeiten/Stärken qualitativ und quantitativ optimal übereinstimmt.

1. Unterteilung	2. Unterteilung	3. Unterteilung

EKS Phase 4

Das brennendste Problem - Arbeitsblatt 1

Welche Probleme hat die Zielgruppe?

Brainstorming:

Versetze Dich nun in die Lage der Zielgruppe:

Welche Probleme hat die Zielgruppe, die Du mit deinen Leistungen lösen könntest?

Welche weiteren Probleme sind Dir bekannt?

Welche Probleme könnten im weiteren Zusammenhang mit deinen Leistungen entstehen?

Notiere alle möglichen Ideen wahllos und ungeordnet auf dem Arbeitsblatt.

Resultat aus Phase 3:
Trage hier als Anhaltspunkt für
Phase 4 deine
erfolgversprechendste
Teilzielgruppe ein:

EKS Phase 4

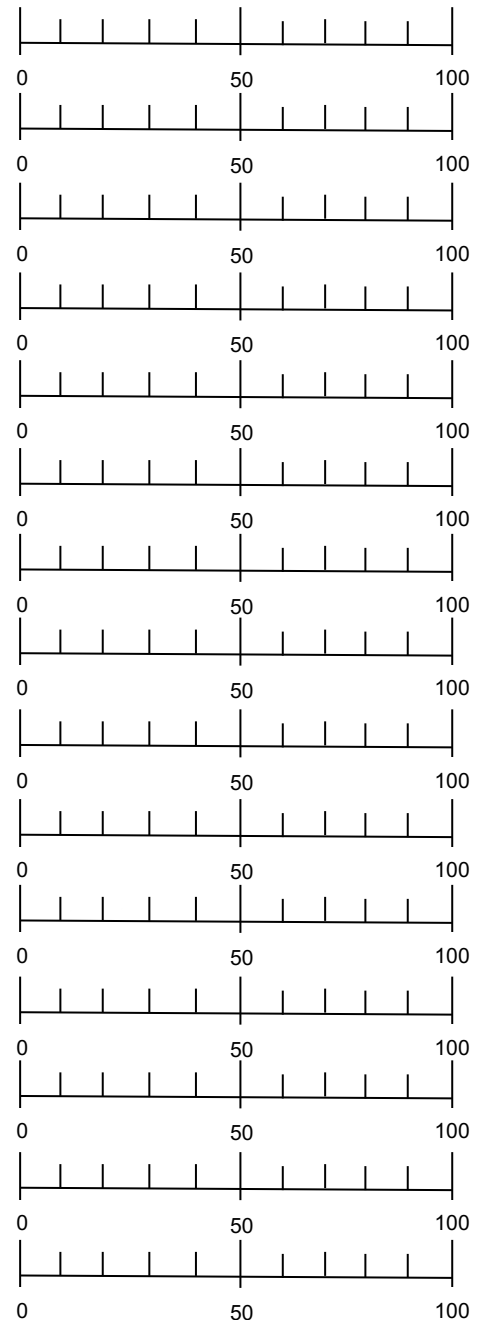
Das brennendste Problem - Arbeitsblatt 2

Bewertung

Auflistung:

Trage in die linke Spalte maximal 15 Probleme ein, die Du auf Arbeitsblatt 1 entwickelt hast.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____

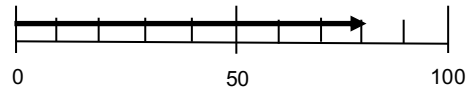


Bewertung:

Nimm dann eine Bewertung vor:

- 0 = ein relativ unbedeutendes Problem
50 = ein wichtiges Problem
100 = ein für die Entwicklung der Zielgruppe äußerst wichtiges Problem

Beispiel:



Zeichne in die rechte Spalte der Tabelle auf Seite 1 wie im Beispiel einen Pfeil bis zu dem entsprechenden Punkt.

Ergebnis:

Das **brennendste Problem** lautet:

EKS Phase 5

Innovationsstrategie - Arbeitsblatt 1

Wie sieht die ideale Problemlösung aus?

Brainstorming:

Führe Dir das von der Zielgruppe aktuell am brennendsten empfundene Problem vor Augen. Überlege Dir dann, wie die ideale Problemlösung aussehen könnte – unabhängig davon, ob Du diese Lösung selbst schaffen kannst oder nicht. Notiere alle möglichen Lösungsansätze auf dem Arbeitsblatt.

Resultat aus Phase 4:
Trage hier als Anhaltspunkt für
Phase 5 das **brennendste
Problem** der Zielgruppe ein:

Die optimale Problemlösung:
Beschreibe hier die **beste
Problemlösung**, die Du Dir
vorstellen kannst!

EKS Phase 5

Innovationsstrategie - Arbeitsblatt 2

Die Innovations-Engpässe

Die Einzelschritte:

Zerlege die ideale Problemlösung in Einzelschritte:

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

A	B	C



Bewertung:

Welche dieser Schritte kannst Du wie lösen?

- | | | |
|---|---|--|
| A | = | kann ohne Hilfe von außen gelöst werden |
| B | = | kann eventuell aus eigener Kraft gelöst werden |
| C | = | kann nur mit Hilfe von außen gelöst werden |

Kreuze das jeweils richtige Feld auf der rechten Spalte der 1. Seite an.

Ergebnis:

*Liste hier die größten **Innovations-Engpässe** auf:*

EKS Phase 6

Kooperationsstrategie - Arbeitsblatt 1

Überwindung der Engpässe – Wie sieht der ideale Kooperationspartner aus?

Engpässe:

Überlege, mit welchen Maßnahmen die Innovations-Engpässe überwunden werden können. Liste die Einzelschritte in der Tabelle auf.

Eigenschaften des Kooperationspartners:

Welche Eigenschaften müsste der Kooperationspartner haben, um die jeweiligen Engpässe zu überwinden?

2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	

EKS Phase 7

Das konstante Grundbedürfnis - Arbeitsblatt 1

Das langfristige Unternehmensziel

Auflistung:

Welches konstante Grundbedürfnis steht hinter dem von der Zielgruppe am brennendsten empfundenen Problem? Leite nun mehrere Grundbedürfnisse ab, die hinter dem aktuell am brennendsten empfundenen Problem der Zielgruppe stehen könnten.

Resultate aus Phase 2, 3, 4

Übertrage hier:

Geschäftsfeld:

Zielgruppe:

Brennendstes Problem:

Ergebnis:

Definiere hier das **konstante Grundbedürfnis:**